# Cassandra Crossing/ Costi, prezzi, marchi e moralità

(143) —L'elettronica di consumo èl'emblema di come i consumatori vengano indotti a spendere per cose di cui non hanno bisogno, a…

---

**Cassandra Crossing/ Costi, prezzi, marchi e moralità**

Figure 1:

*(143)—L'elettronica di consumo èl'emblema di come i consumatori vengano indotti a spendere per cose di cui non hanno bisogno, a sostituire prodotti senza un perché e a comprare a prezzi stellari.*

19 dicembre 2008—Facciamo il bene della società.

Salviamo la natura.

Evitiamo gli sprechi.

Molti sottoscriverebbero senz'altro almeno una di queste affermazioni (e magari anche tutte). Ma in un mondo globalizzato basato sulla produzione di beni e sul loro consumo, e guidato da un'economia basata sul capitale (o almeno su quello che ne è rimasto), compiere azioni individuali basate sui Telethon, sulla raccolta differenziata e sulla beneficenza al terzo mondo non è abbastanza.

Ma sopratutto non è quanto di meglio si possa fare; ci sfuggono cose più utili, più efficaci, più facili da fare e con vantaggi maggiori.

Molti pensano che per cambiare cose grandi come la distribuzione del denaro nel mondo siano necessari stravolgimenti politici o rivoluzioni, ma questo è un problema di prospettiva, del guardare solo verso l'infinito ed il futuro remoto.

Lo diceva anche il Maestro Yoda che bisogna invece guardare qui ed ora. La maggior parte dei soldi che i consumatori riversano sul mercato fa parte del ciclo economico delle multinazionali; queste entità non umane, che sono quindi naturalmente prive di qualsiasi moralità, vivono di flussi di denaro ed agiscono per soddisfare l'unica loro necessità vitale, quella cioè di produrre profitto per i loro azionisti.

Il modo da loro prescelto è dato da considerazioni non morali ma esclusivamente di mercato. Si dà il caso pero' che la principale sorgente reale di denaro del mercato siano i consumatori; i soldi escono dalle loro tasche e vanno nelle tasche di chi vende i prodotti che acquistano.

Comprare a poco e vendere caro è sempre stato un ottimo modo per fare profitti, assai più che vendere prodotti di qualità od innovativi.

Ad una tendenza simile non c'è limite; per comprare a poco basta spostare sempre più la produzione in paesi dove i costi sono bassi perché la gente guadagna poco, le preoccupazioni per l'ecologia sono scarse ed i diritti delle persone inesistenti.E per vendere molto ed a caro prezzo?

Ci sono due modi di controllare in questo senso il mercato che sono molto "vicini" a noi; il primo consiste nel rendere i prodotti interessanti non per le loro caratteristiche, ma trasformarli in oggetti di desiderio tramite l'invenzione di mode e di marchi.

Si tratta di un metodo ormai ben noto, dalle caratteristiche intrinsecamente distruttive, che si può contrastare solo nella misura in cui si è disposti ad ascoltare i propri bisogni ed essere invece sordi ai condizionamenti con cui ne vengono impiantati di falsi nella mente.

Sono desideri creati ad arte per farci spendere e consumare in maniera pilotata e sempre più accelerata. Se questo non basta si cerca di anche impiantare obsolescenza programmata nei prodotti, o di introdurre nuove tecnologie, inutili per i consumatori ma che provocano la sostituzione dei prodotti.

A costi sempre più alti, che causano prezzi ancora più alti, pagati sempre dai consumatori.

I comportamenti a cui i consumatori vengono condizionati sono:- comprare prodotti di cui non hanno bisogno- sostituire prodotti senza necessità- comprare prodotti a prezzi molto più alti dei loro costi di produzione e distribuzione- comprare prodotti con caratteristiche tali da creare mercati sempre più controllati.

L'elettronica di consumo, TV, player, computer, programmi e sistemi operativi rappresenta un esempio particolarmente calzante di questo modus operandi; qualche esempio:

- [I televisori ad alta definizione in un mondo in cui tutte le trasmissioni sono ancora a definizione standard e la maggior parte dei DVD pure, sono praticamente inutili; oltre a farci spendere soldi sostituendo anzitempo apparecchi che forniscono quasi le stesse prestazioni, ci riempiono la casa di tecnologie DRM che verranno poi usate per limitare le nostre possibilità di scelta e per tenere alti i prezzi delle prossime opere digitali che acquisteremo.]
- [I sistemi operativi ed i programmi commerciali che subiscono continui aggiornamenti di cui non esiste necessità, e le cui vecchie versioni non vengono più vendute od assistite.]

In quale situazione onesta e ragionevole un'azienda che produce un prodotto a costo marginale zero si rifiuta di venderlo ai propri acquirenti che glielo chiedono insistentemente, e gli offre invece un prodotto che non vogliono, tanto da rinunciare all'acquisto?

Oltretutto gli incauti acquirenti sono poi costretti anche ad aggiornare PC che con le vecchie versioni erano perfettamente in grado di svolgere il proprio lavoro.

Si potrebbe inoltre aggiungere che, come molti sanno perfettamente, sono disponibili applicazioni e sistemi operativi liberi e gratuiti, con cui è possibile fare esattamente le stesse cose che si fanno con sistemi operativi e suite di ufficio che costano più dei computer sui cui girano.

Le stesse multinazionali quando necessitano di software per grandi server web, per supercomputer o per controllare sonde spaziali usano quasi esclusivamente questo tipo di prodotti.

Sono profondamente convinto che il pianeta non possa sopportare ancora per molto questo approccio, senza condurci verso una catastrofe sociale ed economica come quella descritta da Pohl e Kornbluth ne I mercanti dello spazio.

Il divario tra costi e prezzi dei prodotti continua a crescere ed i ricavi finiscono nelle tasche di chi non innova, o per coprire costi di infrastrutture inutili o dannose di cui i consumatori non hanno necessità o che lavorano a loro danno.

Questo è così errato e contro natura da poter essere definito "immorale".

Il mercato deve cambiare, ed uno dei fattori che possono guidare il cambiamento deve essere una ritrovata forma di moralità; per quanto detto questa non può certo venire dalle aziende, che al massimo faranno finta di adeguarsi se per loro divenisse la strada più profittevole.

Una iniezione di morale può venire solo dai consumatori, che ne hanno oltretutto anche l'interesse economico.

Ma ne hanno l'intelligenza?

---

*Originally published at punto-informatico.it.*

---

Scrivere a Cassandra—Twitter—Mastodon
Videorubrica "Quattro chiacchiere con Cassandra"
Lo Slog (Static Blog) di Cassandra
L'archivio di Cassandra: scuola, formazione e pensiero



By Marco A. L. Calamari on August 15, 2023.

Canonical link

Exported from Medium on August 27, 2025.